

略论唐代的文名传播

□李世进

摘要:唐代文名传播是从传播学的视角研究文人文名生成的过程及其特点。唐代科举考试录取不仅看卷面成绩,应试者的社会名声大小也是重要参考。唐代文人通过干谒、作品传播、漫游、隐居等方式,获取文名,从而在科举与仕途上占据有利的位置。

关键词:唐代 文人 文名 传播

—

李彬《唐代文明与新闻传播》一书中结合中国古代传播的实际情况,将传播定义为:“信息的传递和流通。它可以是大规模的,也可以是小范围的;可以是双向的,也可以是单向的;可以是横向的、空间的如传之天下,也可以是纵向的、时间的如传之子孙。一句话,但凡信息的传递和流通均属传播。”^①本文涉及的文名传播属于中国古代传播问题,所以在传播概念运用上倾向于此观点。所谓文名,就是指文人的名气、名声。名气有大有小,要想获得大的名声离不开文名传播。

获取文名的动力主要来自科举考试的需要,重视文名传播与唐代科举考试的特点密切相关。唐代以诗赋取士,一定程度上是应试者吟诗作赋的文学才能。唐朝中期开始进士科出身者成为高级官员的主要来源,科举的吸引力越来越大,许多贫寒子弟也加入到科举考试之中,并屡屡中第。考试过程不密封试卷,所以改卷时就知道应举者的姓名。尤其重要的是,进士考试后录取的名单往往不是根据卷面的成绩,而是根据应举者的名声和各方面的推荐,由主司决定的。声誉在录取时的作用越来越重要。此外,唐代进士科试最难考,所谓“三十老明经,五十少进士”,每年录取二三十人,却有上千人应考,可见录取率极低。

柳宗元从考试改卷的角度分析制造名声的重要作用,在他看来好的名声可以使主考官在改卷时对自己多注意些,增加考中的机会。他说:“所谓先声后实者,岂唯兵用之,虽士亦然。若今由州郡抵有司求进士者,岁数百人,咸多为文辞,道今语古,角夸丽,务富厚。有司一朝而受者,几千万言,读不能十一,即偃仰疲耗,目眩而不欲视,心废而不欲营,如此而曰吾能不遗士者,伪也。唯声先焉者,读至其文辞,心目必专,以故少不胜。京兆韦中立,其文懿且高,其行愿以恒,试其艺益工,久与居,益见其贤,然而进三年连不胜,是岂拙于为声者欤?”(《送韦七秀才下第求益友序》)^②

二

唐代文名传播的范围很广,上至皇帝达官贵人,下至贩夫走卒之徒。文人获取名声要么靠走上层路线,获得高位者的支持;要么走下层大众传播的路线获得轰动效应,从而引起高层的注意。传播途径主要有干谒、作品传播、漫游、隐居等。

干谒。是伴随唐代荐举辟召的取士制度所造成的一种社会行为。葛晓音指出:“哪一个时代都不如初盛唐的干谒兴盛,也没有哪一个时代的文人像初盛唐文人那样将干谒视为人生的必由之路,并理直气壮地形之于诗,发而为文,在高唱‘不屈己,不干人’的同时,又不屈不挠地到处上书献诗,曳裾

权门。”(《论初盛唐文人的干谒方式》)

葛文进一步对干谒的方式和对象从两个方面进行了考察,指出:“首先是求取进身资格的干谒,主要有与正常科举相关的向州县官和考功员外郎上书行卷,以及与不固定的制举和三品、五品乃至九品举荐相关的陈诗献启,乃至直接向皇帝上书投匭等几种方式。其次,是获得进身资格之后的授官和调选,主要有干谒吏部官员、州郡官员、巡察使(或按察使)等门径,此外干谒执政、幕府也较常见。吏部掌握着及第进士的授官和官员们的选调大权,自然是干谒的首选对象。”由此,葛文得出结论:“由上述种种干谒方式可以看出,初盛唐文人无论是贡举还是释褐,调选还是隐居,只要不放弃仕进,就离不开干谒。干谒之风的盛行也就势在必行了。”^③应该指出的是,葛文重点关注的是初盛唐干谒的情况,事实上,干谒之风在中晚唐依然盛行。

奥地利的社会学家拉扎斯菲尔德(1901-1976)提出“两级传播理论”,我们可以利用此传播理论对干谒现象进行分析。此理论的基本内容指的是信息先由大众媒介传播到舆论领袖那里,然后再经舆论领袖扩散给社会大众的过程。所谓舆论领袖,就是指传播活动中的一小部分人,他们积极主动地向人们提供某方面的客观事实并加以主观评断。舆论领袖人数不多,大都是某方面的专家,所以才能有领袖之称。在等级社会中,地位高的占少数,他们天然具有舆论领袖的倾向,结合到文名传播来说,那些著名的文学家有的虽然没有显赫的地位,但在文坛颇有影响,也可以成为舆论领袖,像唐代的韩愈就是例子。干谒目的显然是为了得到舆论领袖的肯定,扩大自己的文名,从而在考试及仕途上占有有利的位置。唐代像王维、孟浩然、李白、杜甫、韩愈、白居易等大部分诗人有干谒的行为,其干谒的效果也各不相同。

作品传播。文人的名气很大程度上是由其作品的影响力来决定的。有时候文人不被同时代看好,但在后代却获得了极大的名声。例如,陶渊明在当时只是以隐士知名,其作品在晋宋之际传播不是很广泛,到了唐代由于李白、杜甫、白居易等人的宣扬获得很大的声誉;宋代又有苏轼等人的推崇,陶渊明获得更大的名声,今天他在文学史上的地位至少到宋代就确立了。白居易在其《与元九书》中就把其作品传播情况作了描述:“日者又闻亲友间说,礼、吏部举选人,多以仆私试赋判传为标准的,其余诗句,亦往往在人口中,仆忝然自愧,不之信也。及再来长安,又闻有军使高霞寓者,欲聘娼妓,妓大夸曰:‘我诵得白学士《长恨歌》,岂同他妓哉?’由是增价。又足下书云,到通州日,见江馆柱间有题仆诗者,复何人哉?又昨过

汉南日,适遇主人集众乐娱他宾,诸妓见仆来,指而相顾曰:‘此是《秦中吟》《长恨歌》主耳。’自长安抵江西三四千里,凡乡校、佛寺、逆旅、行舟之中,往往有题仆诗者,士庶、僧徒、孀妇、处女之口,每有咏仆诗者。此诚雕虫之戏,不足为多,然今时俗所重,正在此耳。”^④由此可见白氏作品传播范围之广、受众阶层之多、影响之大。此外,白居易《赋得古原草送别》的出名,则是干谒与作品传播的结合。《太平广记》卷一七〇记载:“尚书白居易应举,初至京,以诗谒著作顾况。况睹姓名,熟视白公曰:‘米价方贵,居亦弗易。’乃披卷,首篇曰:‘离离原上草,一岁一枯荣。野火烧不尽,春风吹又生。’却嗟赏曰:‘道得个语,居即易矣。’因为之延誉,声名大振。”(出《幽闲鼓吹》)^⑤

漫游。唐王朝经济比较发达,人民相对富裕,交通也很方便,这就产生了漫游的风气。文人们在漫游的过程中可以饱览山川之美,增长见识,联络感情,从而相应地扩大了文名传播的范围。像盛唐李白、杜甫与高适共同的漫游经历已经成为文坛佳话。所以,漫游也是提升文名的有效手段。

隐居。也是一种获取文名的手段,唐代君主为了粉饰太平,往往在制举中热衷于招隐士、征逸人,为文人出仕开出一条“终南捷径”。唐代的归隐很大程度上是以退为进,获取文名,从而达到出仕的目的。唐代孟浩然就曾归隐在家乡附近的鹿门寺,其文名誉满天下,曾受到唐玄宗的召见,也使青年时期的李白对其敬仰不已。可是孟浩然的隐居没有为其做官带来好处,从而使其成为真正的隐居者。

三

传播学先驱者之一的拉斯韦尔在其《社会传播的结构和功能》中,归纳出传播过程中的五大要素,即:谁(Who)、说什么(Say What)、通过什么渠道(In Which Channel)、对谁说(To Whom)、产生什么效果(With What Effect)。这五大要素的组合便构成了一个传播过程。我们再利用此理论分析《太平广记》卷一七九^⑥记载的两则以琴为媒,成功获取文名的故事,来看看文名传播的实际过程。

陈子昂,蜀射洪人,十年居京师,不为人知。时东市有卖胡琴者,其价百万。日有豪贵传视,无辨者。子昂突出于众,谓左右,可攀千缗市之。众咸惊问曰:“何用之?”答曰:“余善此乐”。或有好事者曰:“可得一闻乎?”答曰:“余居宣阳里,指其第处,并具有酒,明日专候。不唯众君子荣顾,且各宜邀召闻名者齐赴,乃幸遇也。”来晨,集者凡百余人,皆当时重誉之士。子昂大张宴席,具珍羞。食毕,起捧胡琴,当前语曰:“蜀人陈子昂有文百轴,驰走京毂,碌碌尘土,不为人所知。此乐,贱工之役,岂愚留心哉!”遂举而弃之。异文轴两案,遍赠会者。会既散,一日之内,声华溢都。(出《独异志》)

这就是大家熟悉的陈子昂市琴获名的故事。陈子昂当时的情况是怀才而不为人知,在长安旅居了十年也没有找到成名的门路。偶然的会遇到胡人卖琴,所卖之琴十分昂贵。众人不解昂贵之因,连天天来看琴的大官大款也不识货,陈子昂突然说可以买下来,众人不禁吃惊其买琴的财力及弹琴的才能,从而产生强烈的好奇心理。陈子昂利用这种心理,进而欲设宴邀请大家去欣赏他的音乐才华,众人更惊异了,也吊起了胃口。接下来的宴会来了很多有影响的人物,大家本来以为可以欣赏到美妙的音乐,没想到陈子昂却把价值百万钱

的琴摔了,把自己的文章赠给了与会者,从而制造了轰动效应,一日成名。陈子昂(传播者)通过买琴、宴会上摔琴(渠道),向参加宴会的人(传播对象)推荐自己的作品(传播内容),从而一举成名(传播效果)。这个故事同时启发我们要重视传播场合的作用,假如胡人卖的是一般的琴,陈子昂即使买一百把全摔了恐怕也起不到宣传的效果,另外,在宴会上来的尽是贩夫走卒之人可能也起不到效果。

如果说陈子昂只是把琴当做媒介的话,那么王维却是地地道道利用弹琴表现出高超的音乐才华,进而向玉真公主献诗,得到高度称赞,从而取得科场上的成功。

王维右丞年未弱冠,文章得名。性闲音律,妙能琵琶。游历诸贵之间,尤为岐王之所眷重。……维方将应举,言于岐王,仍求焉。子之旧诗清越者可录十篇,琵琶新声之怨切者可度一曲,后五日至吾。维即依命,如期而至。岐王谓曰:子以文士请谒贵主,何门可见哉!子能如吾之教乎?维曰:“谨奉命。”岐王乃出锦绣衣服,鲜华奇异,遣维衣之,仍令赍琵琶,同至公主之第。岐王入曰:“承贵主出内,故携酒乐奉宴。”即令张筵,诸令旅进。维妙年洁白,风姿都美,立于行,公主顾之,谓岐王曰:“斯何人哉?”答曰:“知音者也。”即令独奉新曲,声调哀切,满坐动容。公主自询曰:“此曲何名?”维起曰:“号郁轮袍。”公主大奇之。岐王因曰:此生非止音律,至于词学,无出其右。公主尤异之。则曰:“子有所为文乎?”维则出献怀中诗卷呈公主。公主既读,惊骇曰:“此皆儿所诵习,常谓古人佳作,乃子之为乎?”因令更衣,升之客右。维风流蕴藉,语言谐戏,大为诸贵之钦瞩。(出《集异记》)

这个故事说的是王维与张九皋争解头的事,此前九皋已干谒公主得到推荐其为解头的承诺。王维的成功离不开背后精心的策划:故事中岐王对传播对象(舆论领袖)玉真公主处事特点有准确的把握。因此,先让王维扮成伶人,用其脱凡的气质和高超的音乐表演打动公主,再让公主认识到其不群的文学才华,从而实现成功。王维的故事将文学传播中的干谒与作品传播做到了完美的结合。

总体来说,唐代的文名传播主要是人际传播,利用的是口碑宣传。文名传播的动力具有明显的功利色彩,在传播过程中,舆论领袖(达官贵人、著名文学家)的作用十分明显。文名传播构成文学史的有机部分,而我们对这一现象并没有进行充分的研究。今天传播学在我国得到很大的发展,其研究领域也越来越广,笔者深信利用传播学对古代文学家的文名进行系统的研究是很有必要的,必将产生新的成果。所以,仅以此文,抛砖引玉,以期方家指正。

注 释:

①李彬:《唐代文明与新闻传播》,北京:新华出版社,2008年版。

②柳宗元:《柳宗元集》,北京:中华书局,1979年版,第628页。

③葛晓音:《诗歌高潮与盛唐文化》,北京:北京大学出版社,1998年版,第211~222页。

④朱金诚:《白居易集校笺》,上海:上海古籍出版社,1988年版,第2793页。

⑤⑥李昉:《太平广记》北京:中华书局,1962年版,第1227页,第1331页。

(作者为四川大学中国民俗文化研究所2009级在读博士生,湖南文理学院文史学院讲师)

编校:董方晓